

## «Wir wollen ein klarer Nischenplayer bleiben»

**DBU FACILITY SERVICES** Durch Fusion entstand ein Kompetenzzentrum für professionelle Reinigung, wie Firmeninhaber Daniel Berger erklärt.

INTERVIEW: FLAVIO V. SANADER

Anfang Jahr haben Sie Ihre beiden Firmen Repunt und Kema Services unter dem neuen Dach der DBU Facility Services AG zusammengeführt. Aus welchen Gründen haben Sie diesen Schritt gewagt?

**Daniel Berger:** Es war kein Wagnis. Beide Firmen waren in den Bereichen Hauswartung, Unterhaltsreinigung sowie Areal- und Grünflächenpflege tätig, allerdings mit unterschiedlichen Auftragsvolumina in den einzelnen Sparten. Durch die Fusion können wir Führung und Fachkompetenz nun ideal kombinieren, ganz zum Vorteil der Kunden.

Sie bieten Ihren Kunden unter anderem professionelle Hauswarteleistungen und individuelle Reinigungskonzepte. Worin unterscheiden Sie sich von anderen Reinigungsunternehmen?

**Berger:** In verschiedener Hinsicht. Da wir in jeder Sparte über die entsprechende Kompetenz verfügen, können wir individuell auf die Kundenbedürfnisse eingehen und massgeschneiderte Konzepte ausarbeiten. Den Kunden steht die Fachkompetenz der verschiedenen Sparten zur Verfügung, was übrigens auch für unsere Kundenbetreuer ein wichtiges Merkmal ist. Ein Beispiel: Die Eingangspartie eines Geschäftshauses ist gerade in der Vegetationsperiode stark belastet – Laub, Früchte, Blüten –, was den Reinigungsbedarf und damit die Kosten spürbar erhöht. Da wir die Kompetenz in der Wartung der Umgebungspflege haben, kann der zuständige Facility-Manager das Problem direkt und ohne grosse Mehrkosten lösen. Bei einer anderen Reinigungsfirma heisst es vielleicht schnell einmal: «Rufen Sie doch einen Gärtner an.»



**Daniel Berger will seiner Kundschaft massgeschneiderte und auf ihre Bedürfnisse abgestützte Dienstleistungen im Reinigungssektor anbieten.**

Hat sich die Erwartungshaltung Ihrer Kundschaft im Vergleich zu den letzten zehn Jahren geändert?

**Berger:** Ja sehr, und zwar in zweierlei Hinsicht. Einerseits haben die grösseren Kunden teils selbst Facility-Manager eingestellt, die von

der mit der Reinigung beauftragten Firma viel mehr fordern. Dadurch hat man aber auch den Vorteil, dass man einen professionellen Ansprechpartner hat. Andererseits wurde der Reinigungsintervall in den letzten Jahren oft reduziert, um Kosten zu sparen – zum Beispiel von fünfmal pro Woche auf dreimal pro Woche. Die Reinigungsqualität sollte aber möglichst die gleiche bleiben. Dass dies eigentlich gar nicht möglich ist, wissen alle, erwartet aber wird es trotzdem. Hier kommen dann eben die individuellen Konzepte zum Tragen.

Welche Eigenschaften sind für ein erfolgreiches Unternehmen Ihrer Branche charakteristisch?

**Berger:** Eine Unternehmung findet ihren Weg zum Erfolg letztlich nur über die Seriosität und Qualität. Der Wille, etwas Gutes für die Kunden zu tun, muss bei jedem Mitarbeitenden fest verankert sein. Zudem muss das Management laufend versuchen, den Kundennutzen und die Angebotspalette zu erweitern und zu verbessern.

### DBU Facility Services

#### Gemeinsam agieren

Die im Bereich Facility Services tätigen **Daniel Berger Unternehmungen (DBU)** haben Anfang 2005 die **Kema Services AG** übernommen und gemeinsam mit der Firma **Repunt AG** unter ein Dach gestellt. Die enge Zusammenarbeit der beiden Unternehmen, die schon seit etlichen Jahren besteht, ist damit offiziell geworden. Die neue Firma wird in Zukunft unter dem Namen **DBU Facility Services AG** tätig sein; sie gehört zu den führenden Anbietern von Reinigungsdienstleistungen im Grossraum Zürich. (fs)

### Der Reiniger

#### Steckbrief

**Name:** Daniel Berger  
**Alter:** 48  
**Familie:** Verheiratet, zwei Kinder  
**Wohnort:** Kilchberg  
**Funktion:** Inhaber, VR-Präsident und Geschäftsführer der Daniel Berger Unternehmungen, Zürich

Glauben Sie, dass Sauberkeit und Hygiene auch heute noch wichtige Werte sind?

**Berger:** Ohne Zweifel. Der Trend geht jedoch in die Richtung, dass man ein Gebäude oder auch Flächen in verschiedene Zonen einteilt und dann jeweils die entsprechenden Servicelevel festlegt. Dabei wird klar definiert, was sauber und hygienisch heisst – und mit welchem Aufwand und zu welchen Kosten das gewünschte Resultat erreicht wird.

Welche Trends in der Branche konnten Sie in den letzten zwei bis drei Jahren feststellen?

**Berger:** Es scheint so, als würde sich je länger, je mehr die Spreu vom Weizen trennen. Die Grossen werden immer grösser, was wiederum den Nachteil hat, dass sie die Übersicht über die Firma schnell einmal verlieren. Wir haben ein anderes Ziel: Wir möchten ein Nischenplayer sein, der global denkt, aber regional handelt.

Sind Sie für 2005 zuversichtlich?

**Berger:** Ja, auf jeden Fall. Ich erwarte, dass wir unsere positive Entwicklung mit einem organischen Wachstum wie geplant umsetzen können. Dabei schliessen wir auch eine Akquisition nicht aus.